

ТЕОРИЯ ТОВАРНОГО СПРОСА

Попытка не пытка, спрос не беда.

ПРЕПРИНТ

ВТОРОЙ – ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ – ВАРИАНТ

АННОТАЦИЯ

В работе дается новое определение спроса на товар. Показывается истинная связь его с другими рыночными величинами. Вводятся точные графики для отражения зависимости спроса от этих величин.

Сочинение является частью [«Русской теории спроса»](#) и предназначено для исправления ошибок, существующих в западной теории товарного спроса.

**Антон Совет
28.11.2011 – 28.12.2011**

[ВЕРСИЯ ДЛЯ ЧТЕНИЯ В СЕТИ](#)

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	TTS.0
1. Понятие товарного спроса	TTS.01
2. Величина товарного спроса	TTS.02
3. Функция товарного спроса	TTS.03
4. Формулы товарного спроса	TTS.04
5. Схема товарного спроса.....	TTS.05
6. Вариации товарного спроса	TTS.06
7. Графики товарного спроса	TTS.07
7.1. Общий график спроса	TTS.07.1
7.2. График зависимости спроса от количества денег	TTS.07.2
7.3. График зависимости спроса от цены товара	TTS.07.3
8. Неценовые факторы спроса	TTS.08
8.1. Спрос и вкусы потребителей	TTS.08.1
8.2. Спрос и число покупателей на рынке	TTS.08.2
8.3. Спрос и денежные доходы покупателей	TTS.08.3
8.4. Спрос и цены на другие товары	TTS.08.4
8.5. Спрос и ожидаемые доходы покупателей и цены	TTS.08.5
8.6. Спрос и реклама	TTS.08.6
9. «Закон» спроса	TTS.09
9.1. Смысл «закона» спроса	TTS.09.1
9.2. Смысл «закона» спроса. Продолжение	TTS.09.2
9.3. «Исключения» из «закона» спроса	TTS.09.3
10. «Парадоксы» спроса	TTS.10
10.1. «Парадокс» Веблена	TTS.10.1
10.2. «Парадокс» Гиффена	TTS.10.2
10.3. Остальные «парадоксы»	TTS.10.3
11. Количество неучтенных вариантов поведения спроса	TTS.11
12. Функция спроса и кривые Энгеля	TTS.12
13. Спрос и величина спроса	TTS.13
14. Заключение. Смысл, возможности и главные особенности ТТС	TTS.14
• Сокращения и обозначения	TTS.Sok

Предисловие

[SA.141](#), [SA.154](#), [SA.564](#), [SA.557](#)

1. В работе речь идет, преимущественно, о «платёжеспособном» спросе на товар. Но сам эпитет «платёжеспособный» используется только в кавычках. Потому как есть большие сомнения в правильности его употребления по отношению к спросу. Ведь платёжеспособным может быть субъект, предъявляющий спрос, а не сам спрос. Спрос же может быть «обеспеченным», «реальным» и т.д.

Кроме того, под «платёжеспособным» всегда понимают спрос на товар, обеспеченный только деньгами. Но кроме него существует еще и спрос на товар, обеспеченный товарами же. В тех случаях, когда обмен на рынке происходит без посредства денег. Да и при использовании денег всегда нужно помнить, что за обеспечением спроса на данный товар деньгами всегда, как правило, стоят другие товары. За которые эти деньги получены.

Более того, под «платёжеспособным спросом» следует понимать не только спрос на товары, но и спрос на деньги. Ведь и он может быть обеспечен как товарами, так и деньгами. И представляет собой один из видов рыночного спроса. Поэтому понятие «платёжеспособным спрос» не является точным. Оно может обозначать два разных вида рыночного спроса. И потому при использовании всегда нуждается в уточнении, конкретизации.

2. Первые два варианта данной теории разрабатывались в составе «Русской теории спроса»*. Но третий вариант был выделен в самостоятельное сочинение под названием «Теория спроса на товар»*. Из тех соображений, что большой объем работ легче производить отдельными порциями. Да и, к тому же, это позволяет избежать многоступенчатой рубрикации. Что улучшает восприятие материала.

Теория товарного спроса будет создаваться параллельно с общей – русской – теорией спроса. Потому как все новые введения в частной теории должны определенным образом отражаться в общей. И наоборот. Иначе будет получаться нестыковка общего с частным. Несоответствие частей целому. Хотя, разумеется, будут и те изменения, которыми можно пренебречь.

3. Основными моими законченными работами, предшествовавшими этой, являются: «Критика теории спроса и предложения»* и «Логика критики теории спроса и предложения»**. Вся же остальная масса сочинений по данной теме является подготовительной. И сосредоточена, по большей части, в Файлотеке моей системы взглядов***.

* См. <http://sovet14.narod.ru/MS.htm>

** См. http://www.finansy.ru/b/post_1266819497.html

*** См. каталог СПРОС в Файлотеке – http://sovet14.narod.ru/FT/19.17.18_SPROS.rar

1. Понятие товарного спроса

Спрос вообще представляет собой **деятельность** субъекта по получению необходимых для него средств существования от других людей. Средств, выступающих либо в форме предметов потребления; либо в виде инструментов, приспособлений, зданий и других материальных объектов, необходимых для осуществления потребления. Либо же в форме услуг, без которых сам процесс обеспечения жизни невозможен.

Спрос может выступать в форме просьб, пожеланий, предложений или же требований, оформленных как словесно, так и знаками в виде физических действий. Причем, удовлетворение спроса может происходить и на **безвозмездной**, и на **возмездной** основе. В первом случае запросы субъекта удовлетворяются без выдвижения каких-либо предварительных условий. По возмещению испрашиваемых им средств. Во втором случае такие требования в обязательном порядке озвучиваются.

Само выдвижение встречных условий на разных этапах развития общества может происходить разными способами и в разных обстоятельствах. Если эти требования выдвигаются на условиях свободной договоренности независимых субъектов, то такой спрос является **рыночным**. А **товарный спрос** (спрос на товар) является как раз разновидностью именно рыночного спроса. Вторым же видом рыночного спроса является спрос на деньги – **денежный спрос**.

Поэтому в полном виде спрос на товар можно определить следующим образом: товарный спрос есть деятельность рыночного субъекта с целью получения необходимых ему товаров на возмездной основе. Товаров, которые всегда являются некоторыми средствами удовлетворения потребностей выдвигающего спрос субъекта. Или тех, ради кого он живет, действует.

Если проследить не всю цепочку, ведущую от спроса вообще к спросу на товар, то определение последнего можно дать в более кратком виде: товарный спрос есть спрос рыночный, имеющий целью получение товаров. Так как понятие «рыночный спрос» предполагает, уже содержит в себе, и указание на возмездность обмена, и указание на характер этой возмездности.

Если еще больше конкретизировать понятие спроса на товар – до понятия спроса, обеспеченного именно деньгами, а не вообще предметами обмена, то определение такого спроса должно быть дано таким образом: «платёжеспособный» спрос на товар есть рыночный спрос на товары, обеспеченный деньгами. Ближайшим видом для этого спроса является спрос на товары, обеспеченный товарами же – **товарообеспеченный спрос**. Причем, последний находится в генетическом родстве с первым. Так как «платёжеспособный» спрос порождается и определяется товарообеспеченным. В случаях, когда обмен товаров идет через посредство денег.

2. Величина товарного спроса

В качественном плане спрос вообще представляет собой воздействие одного социального субъекта на другого. С целью получить от этого другого некоторые средства потребления. Воздействие, порождаемое потребностью в том случае, если у самого нуждающегося нет возможности автономно удовлетворить свои нужды. Поэтому объем спроса определяется величиной самой потребности. Диктуется ею*.

В случае, когда спрос является возмездным, в дело включаются и другие характеристики нуждающегося субъекта. Потому что для получения необходимых ему средств потребления он вынужден что-то отдать другой стороне. Иначе говоря, величина спроса будет управляться уже не только размером самой потребности субъекта, но и тем, **что** он может отдать другой стороне. Она будет определяться **обменными возможностями** субъекта.

Сами же обменные возможности субъекта зависят не от потребностей его непосредственно, а от других характеристик нуждающегося. От его интеллектуальных и физических данных, а также от тех условий, в которых ему приходится жить. Поэтому, с одной стороны, размер спроса будет определяться (ограничиваться) размером потребности, которая его порождает, с другой стороны – тем, **что** субъект в состоянии изыскать для обеспечения своего спроса.

Однако, величина спроса будет зависеть не только от данной потребности, но и от **других** потребностей субъекта. Потому как его обменные возможности используются для удовлетворения не только данной потребности, но **всего** комплекса потребностей субъекта. И вся величина его обменных возможностей распределяется между всеми его нуждами. В зависимости от важности их для субъекта. И от значимости для него.

Так как в случае «платёжеспособного» спроса обменные возможности субъекта представляют собой то **количество денег (КД)**, которое он в состоянии отдать другим для обеспечения своих потребностей, то размер его спроса диктуется именно этой величиной. Кроме того, величина спроса зависит от того соотношения, которое складывается в обмене между товаром и деньгами. От обменного соотношения. И все это значит, что величину покупательского спроса можно определить как то количество товара, которое владелец денег в состоянии купить. В состоянии купить потенциально или фактически. В зависимости от того, **какая** обстановка на рынке складывается до начала торгов и **какой** она реализуется в ходе их.

* См. об этом подробнее в SA.560 - <http://soviet14.narod.ru/SA/SA.560.mht> .

3. Функция товарного спроса

Величина спроса не представляет собой константу, неизменную во все времена и во всех уголках Вселенной. Как, например, скорость света. Величина спроса, увы, изменяется постоянно и непрерывно. И постоянство ее заключается в бесперывных изменениях. А это значит, что объем спроса представляет собой некоторую **переменную** величину.

Кроме того, величина спроса не существует в безвоздушном пространстве, в вакууме, не завися ни от чего и ни от кого. Она изменяется под воздействием других величин. Поэтому можно сказать, что эти величины являются по отношению к спросу **аргументами**, а спрос по отношению к ним – **функцией**. То есть, спрос как функция представляет собой переменную величину, зависящую от других переменных величин. Принимаемых в определенных пределах независимыми.

Проще говоря, аргументы принимаются независимыми потому, что искусственно, в уме, обрывается связь между ними и некоторыми другими величинами. От которых зависят сами аргументы. И рассматривается только и только связь между ними и величиной спроса. Причем, в плане именно зависимости спроса от них. А не наоборот. Потому как, ведь, и от спроса некоторые величины зависят. Но рассмотрение этих зависимостей должно рассматриваться отдельно. Так как в этом случае спрос будет являться уже не функцией, а некоторым аргументом для других величин.

Таким образом, величина спроса рассматривается как функция других величин в том случае, если мысленно отсекаются, как зависимости других величин от спроса, так и зависимость аргументов спроса от каких-то величин. Когда остается только один вид зависимости – спроса от его аргументов.

Как уже было сказано, величина *платежного* спроса зависит непосредственно от двух аргументов – от количества денег, выделяемых покупателями на приобретения данного товара, и от того соотношения, которое складывается на рынке между товаром и деньгами. А так как соотношение это можно рассматривать с разных сторон (и со стороны покупателя, и со стороны продавца), то оно может быть интерпретировано и как отношение денег к товару, и как отношение товара к деньгам. В первом случае это соотношение есть **цена товара (ЦТ)**, во втором – **стоимость денег (СД)**, их покупательная способность.

Поэтому в качестве второго аргумента функции спроса можно рассматривать и цену товара, и стоимость денег. Что определенным образом изменяет формулу спроса. Но не изменяет суть функции спроса как таковой.

4. Формулы товарного спроса

Рассмотрим сначала зависимость спроса от количества денег. Как аргумента безвариантного. Нетрудно понять: если у потенциального покупателя нет ничего за душой, то какими бы ни были его потребности, в условиях рынка он не сможет их удовлетворить. Его **товарный спрос (ТС)** в этом случае будет равен нулю. Математически выражаясь, можно констатировать следующее положение: если обменные возможности субъекта равны нулю, то и его спрос на предметы потребления будет равен нулю. При любой **величине потребности (ВП)** на эти предметы:

Если $КД = 0$, то и $ТС = 0$, при любой ВП.

Если же КД перестанет быть равным нулю и станет возрастать, то и спрос на товары будет увеличиваться в такой же пропорции. При условии, конечно, что второй аргумент спроса – обменное соотношение «товар-деньги» – остается неизменным. И спрос будет оставаться меньшим ВП. Поэтому можно заключить, что спрос зависит от КД прямо пропорционально. И формулу его можно записать в следующем виде:

$$ТС = k * КД,$$

где k есть коэффициент, учитывающий влияние второго аргумента на спрос.

Дальнейшее развитие формулы зависит от того, в **каком** виде берется соотношение товаров и денег: в виде цены товара или в форме стоимости денег. Обычно используется первое отношение. Поэтому рассмотрим вначале его.

Из рыночного опыта известно, что спрос на данный товар будет тем больше, чем меньше цена на него. При одном и том же количестве денег на рынке. И наоборот: спрос будет меньше, если цена будет высокой. Из сказанного следует заключить, что между спросом и ценой существует **обратная** зависимость. И не просто обратная, как думают некоторые субъекты, а именно **обратно пропорциональная**. Потому что второй аргумент, влияющий на спрос, принят в данном рассуждении неизменным. И в этом случае спрос будет целиком и полностью определяться только и только изменениями величины цены. Поэтому **ценовая** формула спроса на товар в полном виде может быть изображена так:

$$ТС = k * КД = 1/ЦТ * КД = КД/ЦТ.$$

Таким образом, в данном случае, величину спроса на товар можно определить как отношение количества денег к средней цене единицы товара. Как частное от деления КД на цену единицы товара. И если принять, что КД измеряется в **рублях (рб)**, а товар – в **штуках (шт)**, то проверка формулы спроса по единицам измерения будет выглядеть следующим образом:

$$ТС = КД/ЦТ = рб/(рб/шт) = шт.$$

Понятно, что здесь количества величин, входящих в формулу, приняты равными единице. И скобки употреблены не для изменения порядка математических действий, а для наглядности. Кроме того, цена товара понимается не абсолютно, как это есть сейчас в современной экономической науке, а относительно. В соответствии с новой – относительной – теорией цены*. Иначе, при абсолютном понимании цены, проверка формулы по единицам измерения даст ошибочный результат. Спрос получается безразмерной величиной, что не соответствует действительности:

$$ТС = КД/ЦТ = рб/рб = ?$$

Выразим теперь величину спроса через стоимость денег. Представляющей собой отношение количества товара, которое можно купить за единицу денег, к самой этой единице. И формула спроса на товар примет вид:

$$ТС = КД * СД = рб * (\text{шт}/рб) = \text{шт}.$$

То есть, можно сказать, что спрос на товар есть произведение количества денег на стоимость единицы денег. И если от цены он зависит обратно пропорционально, то от стоимости денег – прямо. Чем выше она, тем выше при постоянном КД, будет спрос на товар.

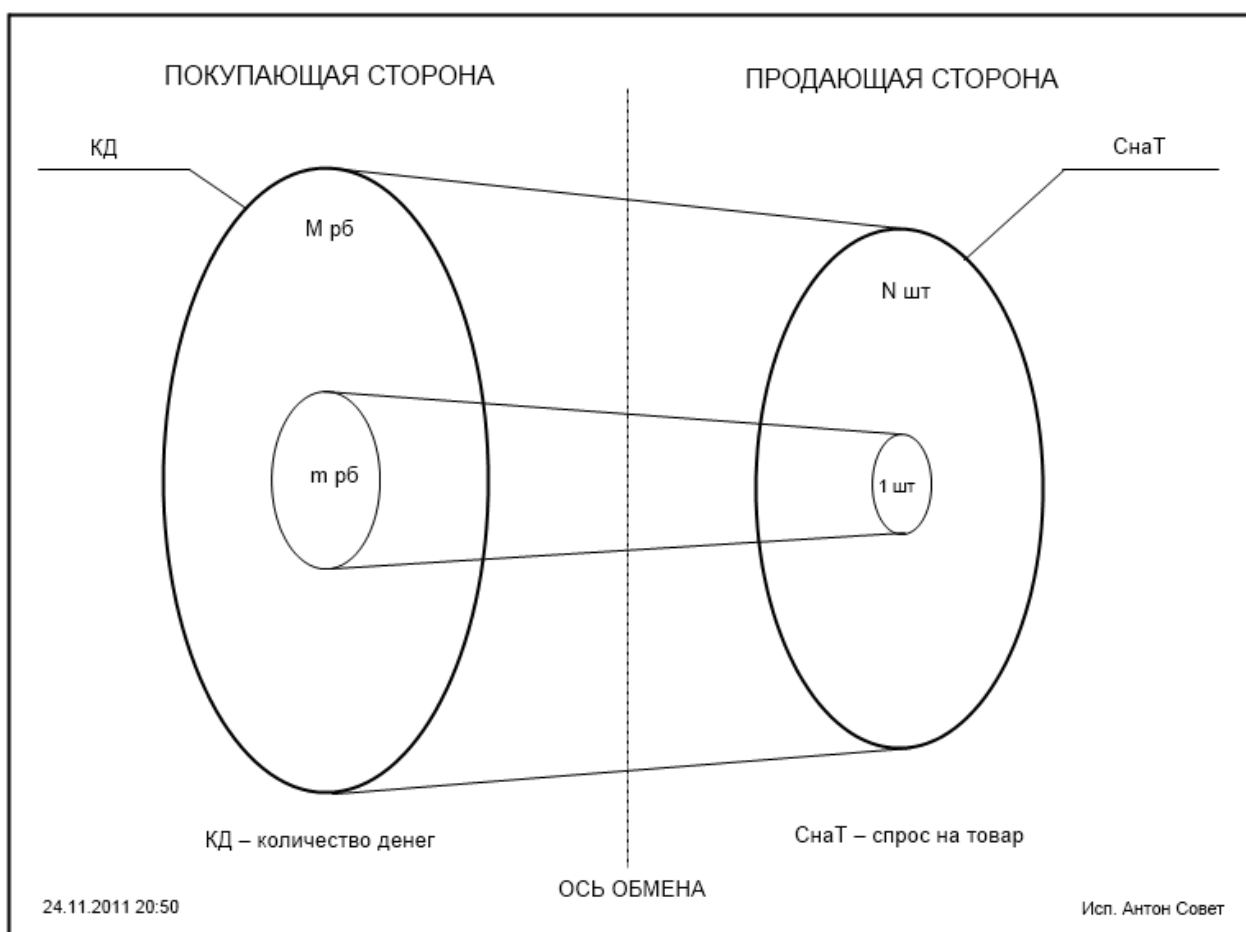
В любом случае, речь в обеих формулах идет об одной и той же величине. Но в дальнейшем за основу будет принята именно первая, **ценовая**, а не **стоимостная** формула спроса на товар. Так как традиционно в экономической теории рассматривается именно зависимость спроса от цены. А традиции нужно уважать. Но, конечно, не следовать им слепо. Потому как не все традиционное хорошо, и не все хорошее еще стало традиционным. :)

* См. <http://sovet14.narod.ru/TCT/7V/TCT.7V.htm> .

5. Схема товарного спроса

Для графического изображения товарного спроса используется «ценовая» формула спроса: $ТС = КД/ЦТ$. Изображенный на схеме спрос может рассматриваться и как спрос на товар со стороны отдельного субъекта; и как спрос на данный товар со стороны всех его покупателей на данном рынке; и как спрос на данный товар на некотором множестве рынков. Ибо схема спроса дана в самом общем виде.

Рис. 0. Схема «платёжеспособного» спроса на товар



На схеме латинскими буквами **M** и **N** обозначены, соответственно, количества денег и товаров. В рублях и штуках. Количества, приходящиеся на одного отдельного субъекта, их совокупность на данном рынке или же на всех рынках. В зависимости от того, для рассмотрения какой задачи будет использоваться данная приведенная модель спроса.

Малой буквой **m** обозначено то количество денег, которое приходится в среднем на единицу товара. И отношение этого количества к единице товара, представляет собой, по сути, среднюю цену единицы товара: $ЦТ = m/1$ [рб/шт].

6. Вариации товарного спроса

Формула спроса на товар подобна формуле цены*. Вид обеих этих зависимостей в общей математической записи одинаков: $z = y/x$. Где, в случае спроса: $y = \text{КД}$, $x = \text{ЦТ}$, а $z = \text{ТС} = \text{КД}/\text{ЦТ}$.

Поэтому можно и для спроса, как и для цены**, указать все возможные случаи сочетания аргументов. Но уже без предварительных рассуждений, используя только конечный результат, полученный в «Теории цены».

1. Случаи стабильности спроса

- А.1. Цена товара и количество денег остаются постоянными.
- А.2. Цена товара и количество денег растут, но растут в равной пропорции.
- А.3. Цена товара и количество денег падают, но падают в одинаковой пропорции.

2. Случаи роста спроса

- Б.1. ЦТ постоянна, а КД растет.
- Б.2. И ЦТ, и КД растут, но последнее растет более высокими темпами.
- Б.3. ЦТ падает, а КД – растет.
- Б.4. ЦТ и КД падают, но ЦТ падает опережающими темпами.
- Б.5. ЦТ падает при неизменном КД.

3. Случаи падения спроса

- В.1. ЦТ постоянна, а КД падает.
- В.2. ЦТ и КД падают, но КД падает опережающими темпами.
- В.3. ЦТ растет, а КД падает.
- В.4. ЦТ и КД растут, но первое растет опережающими темпами.
- В.5. ЦТ растет при постоянном КД.

Указанными вариантами исчерпываются все возможные случаи поведения спроса. То же, какие из них реализуются в действительности, а какие – нет, зависит от конкретных рыночных условий. Но, как правило, все теоретически возможные варианты реализуются на практике. Если явление существует достаточно долго и в приличных масштабах. Как спрос.

* См. <http://sovet14.narod.ru/SA/SA.864.mht> .

** См. <http://sovet14.narod.ru/SA/SA.873.mht> .

7. Графики товарного спроса

Вообще говоря, существует один-единственный график спроса. Представляющий собой криволинейную поверхность в трехмерной декартовой системе координат. Потому как спрос является нелинейной функцией двух переменных. Однако, в силу того, что этот график может быть представлен и в виде некоторых его сечений, то имеет смысл говорить о множестве графиков спроса. При этом, не следует, конечно, забывать о том, что все это множество составлено из общего графика и его частных изображений.

Наиболее простыми и наиболее характерными являются сечения общего графика плоскостями, параллельными координатным. Суть этих сечений заключается в том, что из трех переменных, входящих в формулу спроса, какой-то одной, поочередно, придается постоянное значение. И исследуется только зависимость между оставшимися двумя величинами.

Ниже, кроме общего графика, будут рассмотрены сечения графика сначала при постоянной цене товара, а потом – при постоянном количестве денег, выделяемых на товар. То есть, сначала будет рассмотрен график зависимости спроса от изменения количества денег, а потом – от вариаций цены товара. Вариант же постоянства самого спроса тоже возможен. В этом случае секущей плоскостью будет горизонтальная плоскость. И полученный график будет зависимостью между количеством денег и ценой товара. По нему можно будет определять, к примеру, какой должна быть цена товара, чтобы при данном количестве денег был необходимый, фиксированный спрос. Но пока этот график рассматриваться не будет. Дабы не увеличивать объем сочинения.

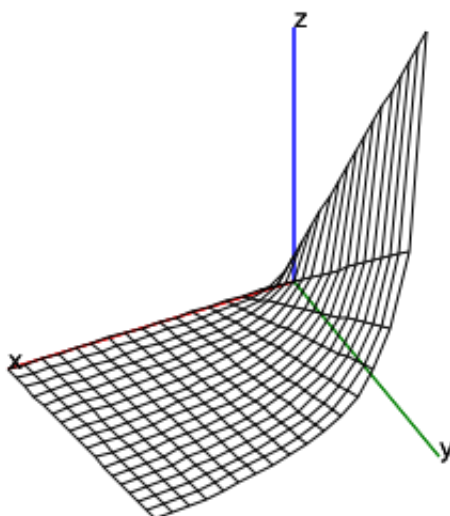
Необходимо отметить еще один момент. Характер графиков спроса не зависит от того, в **каких** обстоятельствах происходят изменения спроса. Вследствие изменения **каких** обстоятельств происходят изменения спроса. Он будет одним и тем же и в том случае, если происходят изменения спроса на данный товар на одном и том же рынке с течением времени. И если изменения на этот товар исследуются в пространственном плане. Как изменения его в один и тот же период времени, но на разных рынках.

Так происходит потому, что для величины спроса безразлично, по каким причинам происходит изменение величины его аргументов. Главное – сами эти изменения, а не качественные моменты, приводящие к ним. Именно поэтому об изменениях величины спроса можно говорить вообще, отвлекаясь от всех частных моментов. Как несущественных для рассматриваемого с чисто математической точки зрения явления. Все качественное «умирает» в цифре, когда важны сами величины, а не то, что обуславливает то или иное их значение. Математика обеспечивает общий подход. И в пространстве, и во времени.

7.1. Общий график спроса

Так как формула спроса на товар подобна формуле цены, то и графики у них похожи друг на друга. Общий график цены был сотворен еще для Первого варианта «Теории цены товара»*. А ниже приводится общий график спроса, построенный на сервисе FooPlot**.

Рис. 1. Общий график спроса: $TC = КД/ЦТ$ ($z = y/x$)



Количество денег в формуле спроса может изменяться от нуля до бесконечности. Но на практике, понятно, это количество никогда не сможет быть бесконечным. Как бы велико оно ни было, это всегда есть величина конечная. Хотя и для каждого вида товара или периода времени – своя.

Минимальная же цена единицы товара для вычисления спроса на товар может быть взята только равной единице или какой-то доле единицы, но никак не нулю. Потому что при нулевом значении цены спрос на товар в принципе определен быть не может. Он становится величиной неопределенной. В силу того, что в формуле спроса происходит деление на ноль. Что и порождает неопределенность.

Разумеется, цена товара может быть установлена и нулевой. Но тогда обмен перестает быть обменом и превращается в дарение. И о платежеспособном спросе на товар не имеет смысла говорить. Так как спрос из возмездного, рыночного, превращается в безвозмездный. И процессом будут управлять уже не деньги, а натуральные потребности одариваемой стороны и желание дарующей сделать приятное первой.

* См. <http://sovet14.narod.ru/SA/SA.874.mht> .

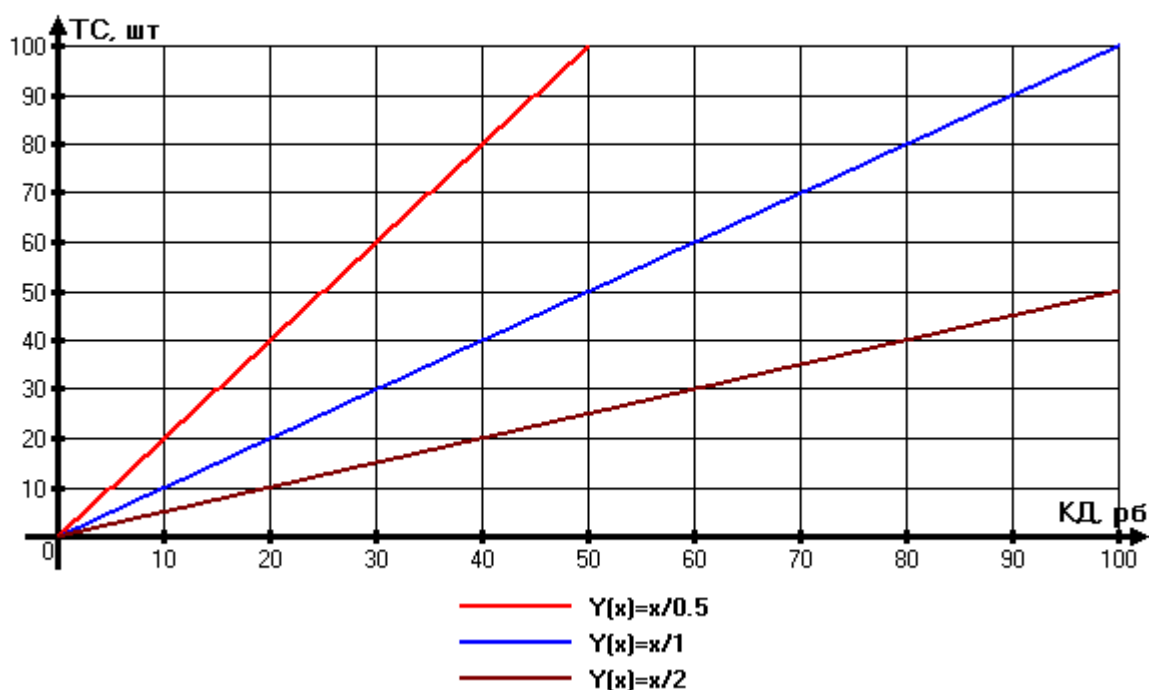
** См. <http://fooplots.com> .

7.2. График зависимости спроса от количества денег

Если исследовать зависимость спроса только от количества денег, то это значит, что в пределах данного вопроса значения цены должны оставаться неизменными. А это означает, что график зависимости спроса от КД при неизменной цене представляет собой некоторое сечение пространственного графика спроса плоскостью, параллельной координатной плоскости ZOY ($ТС;O;КД$) на общем графике спроса.

И само изображение графика зависимости спроса от количества денег представляет собой проекцию этого сечения на профильную плоскость пространственной декартовой системы координат. На Рис. 2 изображена зависимость спроса от КД для трех случаев: ЦТ = 0,5; 1 и 2 руб/шт.

Рис. 2. График зависимости спроса от количества денег



Фактически, на данном графике изображены проекции линии пересечения секущей плоскости, параллельной профильной плоскости, с пространственным графиком спроса. Причем, эта плоскость взята в трех положениях. При удалении ее вдоль оси цены (x) от центра координат на пространственном графике. При таком удалении секущей плоскости цена увеличивается, а спрос – уменьшается. В результате чего график на Рис. 2 поворачивается по часовой стрелке. Опускается. Его влечет к оси КД, в пределе.

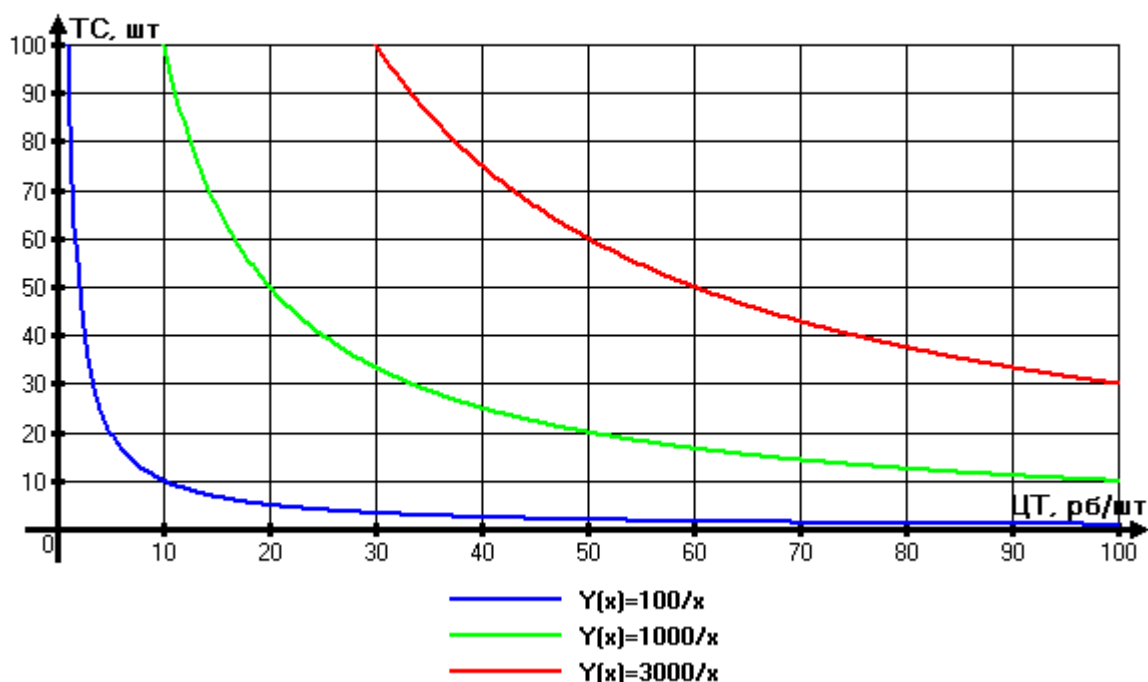
7.3. График зависимости спроса от цены товара

Соответственно, график зависимости спроса от цены (так называемый **закон спроса**) представляет собой сечение пространственного графика спроса плоскостью, параллельной координатной плоскости ZOX ($ТС;O;ЦТ$). При разных значениях КД.

На Рис. 3 изображены проекции этих сечений на фронтальную плоскость при трех значениях КД: 100, 1000 и 3000 рублей. Легко понять, что вид этот берется со стороны отрицательной части оси Y (КД). А сам график есть положительная ветвь гиперболы, уходящая все дальше от центра координат с ростом КД.

При этом, надо напомнить, что $ЦТ$ **не может** принимать значение, равное нулю. Потому как в этом случае $ТС$ становится величиной неопределенной. Ну а при стремлении цены к бесконечности, понятно, спрос при любых значениях КД будет стремиться к нулю. Так как бесконечными возможностями не обладает никто. Даже самые богатые из самых богатых людей.

Рис. 3. График зависимости спроса от цены товара



Само собой понятно, что КД может принимать не только указанные значения, но все от нуля до бесконечности (теоретически). Поэтому полное изображение зависимости спроса от цены представляет собой нечто вроде тени, отбрасываемой общим графиком спроса на фронтальную плоскость проекций. И по любому сочетанию спроса и цены можно вычислить, каким было КД.

8. Неценовые факторы спроса

В современной русскоязычной экономической науке, почти полностью заимствованной из экономикса*, под детерминантами спроса понимаются те факторы его, которые влияют на изменение величины спроса **не** через цену. И поэтому они так и называются: «неценовые факторы».

Рассмотрим эти факторы и покажем, что все они являются причинами, изменяющими именно **количество денег** – второй аргумент спроса. Покажем, что аргументами первого уровня для спроса являются КД и ЦТ, а все остальное может влиять на спрос только и только через эти две величины. И поэтому все другие переменные являются аргументами второго и последующих уровней. По отношению к которым спрос является уже не функцией, а **функционалом**. Первого и последующих уровней.

И для начала составим перечень этих факторов из тех источников, которые находятся в общей доступности. Уважив, конечно, Макконнелла и Брю – авторов основного современного учебника по экономиксу. Которые учат уму-разуму наших бедняжек-студентов и «профессиональных» экономистов.

Итак, по Макконнеллу и Брю к этим факторам относятся:

- 1) *вкусы, или предпочтения, потребителей;*
- 2) *число потребителей на рынке;*
- 3) *денежные доходы потребителей;*
- 4) *цены на сопряженные товары;*
- 5) *потребительские ожидания относительно будущих цен и доходов**.*

Многие авторы к перечисленным факторам добавляют и другие, например:

- 1) *информированность покупателя о товарах;*
- 2) *климатические условия;*
- 3) *налоги и дотации, а также другие сопровождающие покупку товара затраты (в том случае, если они ложатся на покупателей);*
- 4) *время, затраченное на потребление товара***.*

Как пишет автор указанного источника, претендующий на новизну, – это «факторы, традиционно не выделяемые в учебниках». Но мы их рассматривать не будем. За исключением одного – первого. Который включает в себя такой важный рыночный элемент как рекламу. Которая, забегаая вперед, скажем, представляет собой не фактор спроса, а уже фактор факторов. Потому что она влияет на спрос не прямо, а через количество людей на рынке.

* К нашему стыду и позору.

** См. <http://yax.su/finlab/ir103/20/index.shtml> . Это 14-е издание учебника. Но и в других изданиях катехизиса – то же.

*** См. 01.442 - http://www.academico.ru/basic_economics/demand_theory-1

8.1. Спрос и вкусы потребителей

Для большей достоверности, послушаем, что говорят на эту тему сами гуру экономикса – Макконнелл и Брю:

«Благоприятное для данного продукта изменение потребительских вкусов или предпочтений будет означать, что спрос возрастет при каждой цене. Спрос на продукт возрастет, и кривая спроса сместится вправо. Неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса и смещение кривой спроса влево»*.

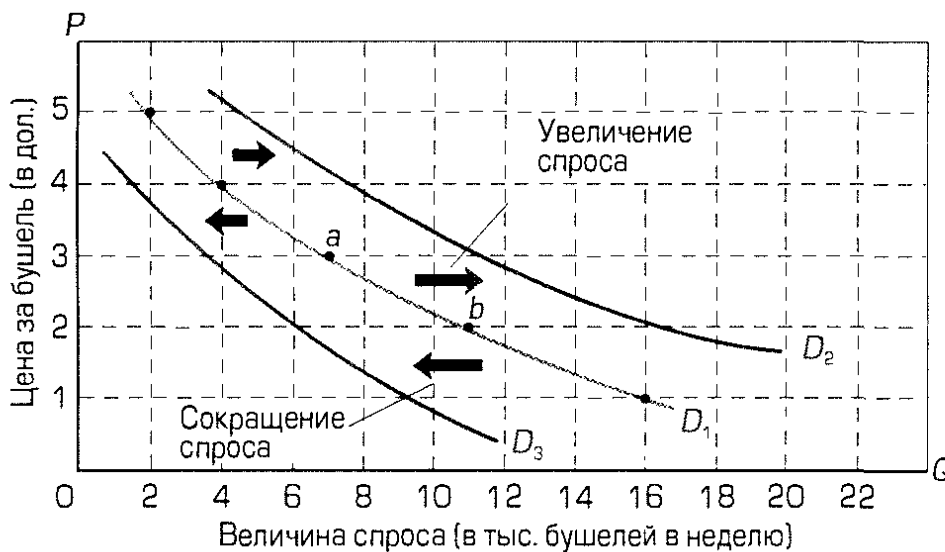


Рисунок 3-3. Изменение спроса на зерно

Вкусы и предпочтения покупателей есть выражение их потребностей. Рост потребности в данном товаре означает только и только то, что покупатели выделяют на покупку данного товара **больше** денег. Если это им позволяют их доходы. Следовательно, общее количество денег, выделяемое на данный товар, возрастет, и спрос на него, при той же цене, будет выше.

На графике зависимости спроса от цены** это означает, что за изменениями спроса при изменении цены нужно следить уже, скажем, не по синей, а по красной линии. А график из экономикса представляет собой лишь приблизительное и математически безграмотное (пardon) изображение зависимости спроса от цены. Так как, во-первых, функцию положено всегда располагать на оси ординат, а независимую переменную — по оси абсцисс. Во-вторых, сам график есть не какая-то гипотетическая «кривая», а **гипербола**. Которую еще додумываются и прямой рисовать!!! Короче говоря, размер потребности связан с КД всегда прямо пропорционально: больше потребность — больше денег на нее. Поэтому и спрос зависит от величины потребности так же.

* См. 02.714 (Рисунок взят с <http://institutions.com/download/books/805-economics.html>).

** См. TTS.07.3 - <http://sovet14.narod.ru/TTS/TTS.07.3.mht>

8.2. Спрос и число покупателей* на рынке

Опять дадим слово нашим «друзьям» из-за океана. Спасибо им, родным, :) что *оне* так детально описали базарную систему организации общества. Теперь нам остается еще и теорию такого «совершенства» дать...

«Очевидно, что и увеличение на рынке числа потребителей способствует повышению спроса. А уменьшение числа потребителей находит отражение в сокращении спроса»**.

Ну, это, уж, братцы, совсем просто было математически описать. И почему вы сие до сих пор не сделали – ума не приложу! Ведь покупательский спрос на товар есть функция **двух** переменных: $ТС = КД/ЦТ$. И **совокупное КД (СКД)** на данный товар зависит прямо пропорционально от **количества покупателей (КП)**. Потому что оно складывается из **индивидуальных КД (ИКД)**. И если принять, что индивидуальные КД у всех покупателей (**пк**) равны, то общее КД можно определить по очень простой формуле:

$$СКД = ИКД * КП = (рб/пк) * пок = рб.$$

Поэтому и спрос на товар будет зависеть прямо пропорционально от количества покупателей. При одной и той же средней цене единицы товара (**СЦТ**) спрос на товар будет расти с ростом количества покупателей. По выражению:

$$ТС = СКД/СЦТ = ИКД * КП/СЦТ = (рб/пк) * пок / (рб/шт) = шт.$$

Рост числа покупателей при прочих равных условиях вызывает пресловутый «сдвиг кривой спроса вправо». Что в правильной математической интерпретации означает лишь новое сечение общего (пространственного) графика спроса при другом количестве денег. И получение новой линии зависимости спроса от цены***.

Разумеется, речь здесь идет только и только о росте числа таких покупателей, которые **имеют** потребность в данном товаре. И потребность **неудовлетворенную**. Так же, как у «старых» покупателей данного товара. Потому что не всякий рост числа покупателей на рынке приводит к росту спроса на данный товар.

Механически здесь мыслить нельзя. Ведь вполне возможен и такой случай, когда на рынок приходят такие новые покупатели, у которых нет потребности в данном товаре, или которые уже затарились нужным товаром. На другом рынке. А это значит, что такое увеличение числа покупателей никак не скажется на спросе на данный товар.

* О покупателях – правильное говорить. Потому что не все потребители – покупатели, и не все покупатели – потребители.

** См. 02.714 - <http://yax.su/finlab/ir103/21/index.shtml>

*** См. <http://sovet14.narod.ru/TTS/TTS.07.3.mht>

8.3. Спрос и денежные доходы покупателей

И снова учителя всего цивилизованного мира – на сцене:

«Воздействие на спрос изменений денежного дохода несколько более сложное. Применительно к большинству товаров повышение дохода приводит к увеличению спроса. По мере роста доходов потребители, как правило, покупают больше бифштексов, солнцезащитных штор, стереоустановок. И наоборот, при снижении доходов спрос на такие товары падает. Товары, спрос на которые изменяется в прямой зависимости от изменения денежного дохода, называются товарами высшей категории, или нормальными товарами.

Хотя большинство продуктов относится к нормальным товарам, существует несколько исключений. (...) Товары, спрос на которые изменяется в обратной зависимости от изменения доходов, называются товарами низшей категории (непрестижными товарами)»*.

Объяснение этих закономерностей очень простое. Количество денег на рынке, вне всякого сомнения, зависит от доходов покупателей. Потому что оно есть **часть** этих доходов. Однако, прямо пропорциональной зависимости КД, выделяемого на данный товар, от доходов нет. Ибо здесь функция другого, более сложного вида:

$$КД = ДП - КДнаДТ - ЗД,$$

где: **ДП** – доходы покупателей; **КДнаДТ** – деньги на другие товары; **ЗД** – запас денег.

Поэтому формулу спроса можно представить в следующем виде:

$$ТС = КД/ЦТ = (ДП - КДнаДТ - ЗД)/ЦТ.$$

К примеру, если весь рост доходов будет уходить под подушку или на депозиты банков. Из-за того, что народ боится неопределенности в будущем в отношении доходов, то такой их рост никак не отразится на рынке потребительских товаров. Сколько и чего покупали – столько и будут покупать.

То же самое и в отношении разного воздействия изменений доходов на разные товары. Если доходы растут, и нет изменений в отношении других товаров, и не делается запас денег, то, ясно, что на данный товар будут денег тратить больше. И наоборот, количество денег для данного товара может остаться неизменным или упадет вообще, если весь прирост уйдет на другие товары. Да к тому же еще произойдет отказ от товара данного. В пользу заменяющих его.

Разумеется, в формуле зависимости КД от доходов покупателей учтены не все, а только главные факторы. Ведь, допустим, доходы какого-нибудь куражера могут расти, но он не будет ни запас их этих денег делать, ни товары покупать. А для удивления окружающих прикуривать от них. Или, скажем, деньги элементарно теряются безвозвратно или погибают в пожаре. Все это тоже не приведет к изменениям спроса на тот или иной товар.

* См. 02.714 - <http://yax.su/finlab/ir103/21/index.shtml>

8.4. Спрос и цены на другие товары

Для этого фактора сразу надо уточнить: название «неценовой» для него подходит не так однозначно, как для предыдущих. Потому что неценовым его можно назвать только по отношению к цене товара, о спросе на который идет речь. С ценой этого товара он не связан. Но зато, этот фактор связан с ценой **других** товаров. И в этом смысле его можно назвать **ценовым**. Но послушаем опять наших неутомимых менторов:

«Изменение цены на сопряженный товар может привести к повышению или снижению спроса на рассматриваемый продукт, в зависимости от того, являются ли они взаимозаменяемыми или дополняющими. Взаимозаменяемыми (или товарами-заменителями) называют товары, когда можно использовать один вместо другого. Взаимодополняющий (или сопутствующий) товар используется в сочетании с другим товаром»*.

Если взять формулу зависимости выделяемых на товар денег от доходов, но, для упрощения, без запасов денег, то объяснение описываемых практических случаев может быть выстроено следующим образом:

1. Количество денег на другие товары зависит от цен на них. Потому как оно может быть определено по формуле:

$KД_{наДТ} = (КТ_1 \times ЦТ_1) + (КТ_2 \times ЦТ_2) + \dots + (КТ_n \times ЦТ_n)$, где **КТ** – кол-во товара.

2. Покупатели тратят на все эти товары и на данный деньги из одного и того же кошелька, поэтому размер КД на данный товар зависит и от цен на другие товары:

$KД = ДП - [(КТ_1 \times ЦТ_1) + (КТ_2 \times ЦТ_2) + \dots + (КТ_n \times ЦТ_n)]$,

3. А если от цен на другие товары зависит КД на данный, то и спрос его тоже будет зависеть. По формуле:

$ТС = \{ДП - [(КТ_1 \times ЦТ_1) + (КТ_2 \times ЦТ_2) + \dots + (КТ_n \times ЦТ_n)]\} / ЦТ$.

Если, скажем, растет цена на субститут данного товара, то, ясно, что при том же КД, народ будет переключаться на покупку данного товара. Что ведет к увеличению спроса на него. Если же снижается цена на сопутствующий товар (скажем, бензин), то объемы закупок его будут расти. Вследствие чего вырастет спрос и на моторного масло. За счет дополнительных средств на него.

При изменении цен на товары, **независимые** от данного, результат будет зависеть от конкретной ситуации. Если товаров в корзине потребителя много, то изменение цены на независимый товар может никак не сказаться на спросе на данный. Но если, допустим, товаров всего два, то изменение цены на другой товар может привести к изменению спроса на данный. Это более вероятно.

* См. 02.714 - <http://yax.su/finlab/ir103/21/index.shtml>

8.5. Спрос и ожидаемые доходы покупателей и цены

Этот фактор тоже нельзя так однозначно относить к неценовым. Потому что зависимость спроса на данный товар от предполагаемых цен на него – это, все-таки, его зависимость именно от цены данного товара. Хотя и через ожидания, предположения ее. Исходным пунктом цепочки является именно предполагаемая цена товара. Потом возникает страх, что она повысится, или надежда, что она снизится. И эти психологические настроения действуют, уже, на размер тех денег, которые покупателем выделяются на приобретение данного товара. То есть, при еще не изменившейся цене товара, спрос на него возрастает или падает. По той причине, что растёт или падает КД на него.

Кроме того, здесь надо акцентировать внимание на том, что эти изменения спроса в настоящем могут привести к противоположным изменениям спроса на товар в будущем. Ведь, скажем, сделанные сейчас избыточные запасы повлекут за собой снижение спроса на товар в будущем. Хотя, конечно, только в том случае, если товар не скоропортящийся и не уйдет в мусорную корзину или на корм братьям нашим меньшим.

Что же касается ожидаемых доходов, то тут чистая зависимость спроса на товар от количества денег. Реальная перспектива больших доходов развязывает руки покупателю. И он позволяет себе тратить больше денег на данный товар. Против обычного. Пускает в ход и то, что было раньше припасено на «черный день». А это однозначно увеличивает КД на данный товар и способствует росту спроса на него при тех же ценах.

Хотя, конечно, так будет действовать только *потребитель*, мещанин, убогое существо, и только в том случае, если его потребность в данном товаре при старых доходах удовлетворена была не полностью. Философ же, возвышенный, культурный человек не обязательно будет покупать больше, если его доходы выросли или могут вырасти. Потому как у него размер потребления больше определяется его разумом, совестью, душой, а не толщиной кошелька.

Отдельно нужно сказать об ожидании снижения доходов. Особенно в случае предстоящей потери работы*. Конечно, западный скупердяй немедленно снизит свои траты, видя перед собой такую мрачную перспективу. Но русский Ваня может и не сделать этого. А будет тратить еще больше. По принципу: «Пропадать, так с музыкой!» :) В общем, всякий раз нужно видеть не только изменения в доходах, но и менталитет покупателей.

* О потере прибылей говорить не стоит. Богатый всегда имеет запас, чтобы пережить трудные времена. По сочной русской пословице: «Пока жирный сохнет, худой – сдохнет». :)

8.6. Спрос и реклама

Информирование, и одновременно назойливое навязывание товара потенциальным покупателям, как правило, увеличивает число их и тем самым способствует увеличению спроса на товар. Но, справедливости ради, надо отметить, что количество рекламы не всегда однозначно ведет к росту количества покупателей. Особенно это касается тех стран, где культурный уровень народа повыше. И где, поэтому, тупая, примитивная, нахальная, беспардонная и бесстыдная реклама не может вызывать ничего другого, кроме отвращения, как к рекламируемому товару, так и к его производителям. Вместе с теми, кто продвигает эту рекламу и участвует в ней. Участвует в, скажем, рекламных телевизионных «шедеврах», позорящих честь и звание человека.

Никто не спорит: информировать покупателей о товарах нужно, но делать это следует не в таких диких, отвратительных формах, как при капитализме, нынешнем и прошлом. Потому что такая реклама превращает людей в стадо тупых, бесчувственных баранов. Бессмысленно потребляющих все, что им предлагают. Она развращает людей, губит их чувства и мысли. Особенно, когда отвратительная по своей беспардонности реклама прерывает телепередачи, требующие работы ума и сердца. Зритель настраивается на возвышенное и глубокое, а его ошарашивают, допустим, рекламой женских прокладок. Кажется невероятным, но люди современные такую дикость терпят. Находят ей оправдание...

В математическом же плане реклама представляет собой аргумент третьего уровня по отношению к спросу. Потому как она действует через аргументы второго уровня – число покупателей товара и количество денег, которое каждый из них решает выделить на данный товар. Иначе говоря, вырисовывается следующая цепочка зависимостей, если брать только количество потребителей:

1. Спрос зависит от количества денег.
2. Количество денег зависит от количества покупателей.
3. Количество же покупателей зависит от рекламы.

Кратко это можно записать в виде формулы такой:

$$ТС = f \{КД = f [КП = f (Реклама)]\},$$

где **f** – это функциональная зависимость. В обычных условиях – прямо пропорциональная. Потому что чем больше рекламы, тем, при прочих равных, больше покупателей. А чем больше покупателей, тем больше КД и, следовательно, и спрос на товар. Исключения – редки. В современном мире.

9. «Закон» спроса

Вот формулировка этого «закона» из «Библии» «современных» «экономистов» – «Экономикса» Макконнелла и Брю:

«Коренное свойство спроса заключается в следующем: при неизменности всех прочих параметров снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса. И напротив, при прочих равных условиях повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса. Короче говоря, существует отрицательная, или обратная, зависимость между ценой и величиной спроса. Экономисты назвали эту обратную зависимость законом спроса.

Допущение «при прочих равных условиях» имеет здесь принципиальное значение. На количество купленного товара, помимо цены рассматриваемого продукта, влияют многие другие факторы»*.

Первым делом нужно обратить внимание на то, что формулировка «при прочих равных условиях» в данном случае является недостаточной, нечеткой. В силу того, что она чохом «омертвляет» все факторы спроса. В том время как, на практике, вполне могут быть ситуации, когда факторы эти будут изменяться, а сам аргумент спроса – количество денег – нет. Поэтому нужно говорить именно о неизменности КД. А не о неизменности всех факторов спроса вообще.

Например, количество денег может увеличиваться за счет того, что увеличивается число покупателей на рынке. Но это увеличение может компенсироваться тем, что уменьшаются доходы этих покупателей. И совокупное КД денег на рынке будет оставаться неизменным. То есть, получается, что факторы спроса изменяются, а его аргумент – нет. Посему о зависимости спроса от цены следует говорить так: спрос зависит от цены обратно пропорционально, при условии неизменности количества денег, выделяемого на данный товар.

Второй момент. Нельзя бояться говорить, что зависимость спроса от цены именно обратно пропорциональная. А не уклончиво: «обратная», «отрицательная»... Как это делают экономиксисты. Потому что при неизменном КД она всегда будет такой. Возмущение в эту зависимость могут внести только изменения КД, выделяемого на приобретение данного товара. Политэкономия должна быть точной наукой, а не киселеобразным и безответственным набором высказываний, каковым она, по преимуществу, есть сейчас.

Третье. Простительно было автору «закона» спроса Антуану Курно мыслить так. Но никак не может быть простительным такое мышление у нас – людей Третьего тысячелетия. Мы должны понимать, что «закон» спроса есть только часть, «кусочек» полной, истинной функции спроса.

* См. 02.803: <http://yax.su/finlab/ir103/20/index.shtml>

9.1. Смысл «закона» спроса

Величина спроса на товар зависит от двух аргументов – количества денег, выделяемого на приобретение данного товара, и средней цены единицы этого товара. Это – так. Но если с зависимостью КД от других факторов положение более или менее ясно, то с зависимостью цены от другого – дело пока темное. В этом направлении цепочки зависимостей проработаны гораздо слабее.

А и в самом деле: от чего же зависит сама цена? Что по линии этого аргумента является фактором для спроса? Если понимать цену как отношение количества денег к количеству товара*, то возникает недоуменный вопрос: в формуле спроса КД будет присутствовать два раза. И, по идее, оно должно сократиться. Уничтожив саму формулу спроса. Вот так:

$$ТС = КД/ЦТ = КД/(КД/КТ) = КТ.$$

Однако, здесь следует учитывать тот факт, что в формуле спроса всегда присутствует цена **единицы** товара. Поэтому обозначения КД в общем виде в формулах цены и спроса – одно, но значения этих величин – разные. Поэтому сокращать их механически нельзя.

Например, если совокупное КД на сегодняшний день равно 100 рублям. А цена единицы товара пяти рублям за штуку, то величина спроса будет равна 20-ти штукам:

$$ТС = 100/(5/1) = 20 \text{ шт. [рб/(рб/шт) = шт]}$$

Кроме того, следует учитывать, что спрос на товар всегда может быть определен только и только в том случае, если цена известна **до** самого момента определения спроса. А это значит, что в формуле цены и в формуле спроса присутствуют **разные** по времени существования количества денег.

В формуле цены присутствует **предшествующее**, исходное, старое КД, а в формуле спроса – **последующее**, данное, сегодняшнее КД. Поэтому, по сути дела, в формуле спроса определяется то количество товара, которое субъект в состоянии купить при сегодняшнем КД у него и при сложившейся ранее цене товара. Цене, зависящей от предыдущего состояния дел на рынке.

Таким образом, можно констатировать, что спрос зависит и от настоящего, данного КД на рынке, и от того, которое было прежде. Причем, вторая зависимость идет через посредство цены. И зависимость сегодняшнего спроса от предыдущего количества денег на рынке надо отнести именно к ценовым факторам. Ибо именно через цену влияет прошедшее КД на сегодняшний спрос.

* См. SA.381 - <http://sovet14.narod.ru/SA/SA.381.mht>

9.2. Смысл «закона» спроса. Продолжение

Однако, цена товара, свободно устанавливаемая или устанавливаемая государством, зависит не только от количества денег на рынке, но и от того количества товара, которое противопоставляется данному КД. Ведь даже при установлении цены государством приходится учитывать соотношение количеств этих предметов обмена. А если оно не учитывается сейчас, то заставит уважать себя потом. Как это было в случае с ценами в Советском Союзе. Значит, к ценовым факторам спроса следует отнести и то количество товара, которое участвует в образовании данной цены. Потому что от этой величины, наряду с прошлым КД, в первую очередь зависит то, **какой** будет цена на товар. И, следовательно, **каким** будет определен спрос на последующем этапе торгов.

Отсюда следует заключить, что товарный спрос находится в зависимости от сегодняшнего, данного, настоящего КД и от сегодняшней же, данной цены товара. Но такой цены, которая зависит от цены на предыдущем этапе торгов, которая была или установлена там свободно, или установлена теперь государством на основании того, что было раньше. Поэтому через действующую, сегодняшнюю цену спрос зависит от старых, вчерашних, предыдущих значений КД и КТ.

По сути дела, спрос представляет собой проецирование на сегодняшнее состояние продающей стороны сегодняшнего КД денег на нем через призму сложившегося соотношения между старыми КД и КТ. То есть, через сложившуюся цену. Спрос указывает на то, **сколько** будет в состоянии купить субъект, обладающий новым КД при старой, сложившейся уже цене. Что наглядно показано в [модели спроса](#).

С другой стороны, и КТ на рынке не стоит на месте. Сегодня может быть иное количество, нежели это было вчера. Поэтому между КТ в форме его нового предложения на рынке и новым спросом на него складываются новые соотношения. Которые могут быть на такими как вчера. Что, в свою очередь, должно привести к изменениям цены. Ибо получится так, что или не все продавцы смогут подать свои товары, или не все покупатели приобрести то, что им нужно.

И вот здесь-то и начинается переход к зависимости не спроса от цены, а цены от спроса. Зависимости обратной. Которая является прямо пропорциональной. Ибо чем больше сегодняшний спрос на товар, тем больше будет и цена завтрашняя на него. Потому что, на самом деле, за зависимостью будущей цены от сегодняшнего спроса скрывается зависимость ее от сегодняшнего КД на рынке. Ведь сам спрос зависит прямо пропорционально от сегодняшнего КД. Следовательно, и цена будущая так же будет зависеть от него.

9.3. «Исключения» из «закона» спроса

В силу «кусочкообразности», неполноты отражения действительности «законом» спроса некоторые реальные движения спроса представляются народу истинно парадоксальными. Не в шутку, а на самом деле. Хотя среди хомо сапиенс есть и такие, кто настолько свято верит в этот закон, что с искренней, горячей убежденностью пытается доказать, что никаких исключений этот «святой» закон не имеет, и иметь не может*.

Спор между сторонниками существования исключений из «закона» спроса и противниками сего можно разрешить следующим образом. Если подходить с «законом» спроса чисто формально, то исключений у него, действительно, быть не может. Потому что сторонники всеобщности этого «закона» формулируют его при оговорке равенности «прочих условий». А все исключения возникают, вне сомнения, именно потому, что в действительности происходит отклонение от этих «прочих равных».

Сторонники же существования «исключений» из «закона» спроса правы в том, что сам этот «закон» не может, не в состоянии описать все движения спроса. Он является только **одной** из закономерностей, существующих в области спроса. И поэтому не может претендовать на звание закона. И при изучении колебаний спроса надо в обязательном порядке учитывать и все других зависимости, существующие в этой области.

Короче говоря, противники существования исключений правы в своем замкнутом пространстве – в пространстве «закона» спроса. Но они становятся неправыми при выходе из него. Сторонники же существования исключений неправы в том, что эти исключения являются исключениями именно «закона» спроса. Потому что эти «исключения» возникают только и только при выходе из условия «при прочих равных». Для которого и формулируется «закон» спроса.

Таким образом, следует констатировать, что в современной экономической литературе все существующие математические зависимости в области спроса фиксируются в двух формах – в форме «закона» спроса и в виде «исключений» из него. Которые поэтому и представляются людям парадоксальными. Хотя на самом деле никакой парадоксальности здесь нет. Ибо эти исключения описывают собой те случаи изменения спроса, которые происходят не только при изменении цены, но и при изменении второго аргумента спроса – КД. Именно поэтому так называемые исключения из закона спроса должна быть рассмотрены **вне** самого этого «закона». И названы они должны быть просто «парадоксами» спроса. Именно в кавычках. Ибо они представляют собой **выход** за «закон» спроса; рассмотрение «внезаконных» ситуаций. И теряют, поэтому, свою парадоксальность.

* См., к примеру, наивные, и потому умильные, попытки **Пола Хейне** в 02.837 - http://www.libertarium.ru/lib_thinking_02

10. «Парадоксы» спроса

Рассмотрим сначала эти «исключения» из «закона» спроса в том виде, в каком они существуют на данный момент в общественном сознании. А потом обобщим их так, как этого требует новая теория товарного спроса.

К числу этих парадоксов относят, обычно, следующие:

1. **«Парадокс» Веблена.**
2. **«Парадокс» Гиффена.**
3. **Эффект «цена – показатель качества».**
4. **Эффект ожидаемой динамики цен.**
5. **Эффект редких и дорогостоящих товаров.**

Хотя у каждого автора – свой набор. А для некоторых таких исключений так мало, что ими можно пренебречь. Спрятав голову в песок. Впрочем, тут, уж, ничего не поделаешь. Дело в том, что различия в силе умственного зрения среди людей являются гораздо более сильными, нежели эти же различия в зрении обычном. Иногда народ в упор не желает видеть умом то, что застилают от него цветочки физического зрения.

Наша же задача заключается в том, чтобы показать: все перечисленные закономерности, установленные на практике, есть частные случаи полной, правильной функции спроса. Понимаемой, как функции двух переменных. И возникают все эти «парадоксы» потому и только потому, что не учитывается в так называемом законе спроса другой фактор – количество денег. Не объединяют теоретствующие экономисты в своем сознании действие цены и действие КД на спрос в одно целое. В этом беда, отсюда растут ножки всех проблем западной теории «платёжеспособного» спроса.

Надо, надо нам помочь западным братьям по разуму. Нужно показать им истинное лицо того рыночного болота, в котором они живут и которое принимают за лучший из всех возможных миров. Просто, потому, что ничего другого они не испытывали. И в чем им можно искренне посочувствовать. :)

Да, рыночная система имеет многочисленные преимущества перед советской, социалистической. Но и недостатков у нее столько, что вряд ли стоит ее возносить над советской. Да и преимуществами этими базарная система организации общественной жизни обладает на данный момент лишь потому, что известна только самая примитивная форма социалистической системы. Преимущества современного капитализма – это преимущества позолоченной кареты перед первым авто. Не более того. Поэтому период торжества западной братии и наших им подпевал будет недолгим. В историческом смысле. И последним по времени.

10.1. Парадокс Веблена

Для большей объективности приведем толкования этого «парадокса» из двух источников:

02.794. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001

«Парадокс Веблена

ситуация, когда потенциальные покупатели воспринимают снижение цены товара как информацию об ухудшении его качества, что приводит к спаду числа покупок.

Одновременно существует группа потребителей, предпочитающая покупать дорогие товары (эффект сноба). По мере роста цены на данный товар растет желание указанной группы потребителей приобрести такой товар».

02.795. Экономико-математический словарь

«**ВЕБЛЕНА ПАРАДОКС** [Veblen's paradox] — иногда его называют **эффектом сноба**; явление, которое противоречит всеобщему правилу: чем ниже *цена товара*, тем выше *спрос* (и наоборот). Наблюдается в случаях, когда покупатели рассматривают снижение цены как свидетельство снижения качества данного товара и сокращают его покупку, а также когда считается более престижным (в определенных кругах) покупать дорогие вещи, что расширяет спрос при подорожании товара (отсюда и название — эффект сноба). При *В. п. рыночная кривая спроса* имеет более плавный наклон, чем можно было бы ожидать в обычных условиях, и может даже идти вверх. Эффект назван по имени американского экономиста и социолога Т. Веблена, одного из родоначальников направления институционализма в экономической науке».

Совершенно очевидно, что ситуация в этих случаях не такая, как при действии «закона» спроса. Когда КД постоянно, а изменяется только цена товара. В дело включается и изменение количества денег. Причем, причиной его изменения служат не те факторы, которые называют **неценовыми**, а именно **ценовой** фактор. Изменение самой цены. По той простой причине, что в обществе связи между явлениями чрезвычайно богаты и многообразны. Зависимость между ними идет по нескольким линиям. В частности, КД на данный товар зависит не только от возможностей покупающей стороны вообще, но и от их мнений о товаре, их отношения к товару. Которое может, как уменьшать то количество денег, которое они готовы потратить на данный товар, так и увеличивать его.

Именно поэтому отклонения от «закона» спроса в виде эффекта Веблена представляют собой случаи, когда цена товара изменяется, но КД на него изменяется еще более быстрыми темпами. И в ту же сторону, что и цена*. Поэтому и общий результат получается не в форме обратно пропорциональной зависимости спроса от цены, а другой. Прямо противоположный. Спрос зависит от цены прямо пропорционально. За счет вмешательства в дело изменения количества денег.

* Это случаи **Б.2** и **В.2** по ТТС.06 - <http://sovets14.narod.ru/TTS/TTS.06.mht>

10.2. «Парадокс» Гиффена*

И здесь используем два источника. Для большей полноты представлений.

02.810: «Самый известный парадокс в экономической теории - "парадокс Гиффена". Р.Гиффен обратил внимание на то, что во время голода в Ирландии в середине XIX века объем спроса на картофель существенно увеличился при росте цен на него, что полностью противоречит классической постановке закона спроса - при росте цены на товар объем приобретаемого товара должен уменьшаться.

Это явление и получило название "парадокса Гиффена". В экономической теории, которая рассматривает множество различных товаров, даже выделяют особо нормальные товары и "товары Гиффена".

Парадокс Гиффена экономистами объясняется следующим образом: "Дело в том, что картофель представлял основной продукт питания ирландских бедняков. Повышение его цены вынудило их сократить потребление других, более дорогих и качественных продуктов. Поскольку все же картофель оставался сравнительно наиболее дешевым продуктом, объем спроса на него вырос... подобная ситуация представляет единственно возможное исключение из общего закона спроса"».

02.804. Википедия

«**Товар Гиффена** — это товар, потребление которого (при прочих равных условиях) увеличивается при повышении цены (то есть, эффект замещения от изменения цены перевешивается действием эффекта дохода). При соблюдении прочих равных условий (особенно, стабильного уровня дохода) потребление товаров Гиффена отражает положительный наклон кривой спроса.

Для большинства товаров при повышении цены снижается потребление: при повышении цен на мясо население покупает меньше мяса, заменяя его рыбой, грибами и т. д. У товара Гиффена всё наоборот — при повышении цен на картофель люди начинают покупать больше картофеля, но меньше, например, мяса.

Все товары Гиффена — малоценные товары, которые занимают в потребительском бюджете значительное место и для которых отсутствует равнозначный товар-заменитель. Ценных товаров Гиффена не бывает. Так, например товарами Гиффена в России являются соевый соус, кетчуп и майонез.

В этом заключается «**парадокс Гиффена**»: при повышении цен на определённые виды товара (в основном товары первой необходимости) их потребление повышается за счёт экономии на других товарах».

Объяснение – короткое. Этот случай подобен по технике эффекту сноба: цена растёт, но и потребление (спрос) увеличивается. Отличие лишь в том, что там рост цены приводит в действие форс, примитивное стремление человека выделиться потреблением из других. А здесь количество денег на данный товар увеличивается за счёт экономии на других товарах. От которых потребитель отказывается в пользу данного**.

* См. в [02.806](#) объяснение этого парадокса одним из моих конкурентов-попутчиков. :) Надеюсь, мое объяснение будет попроще и подходчивее...

** Это случай **Б.2** по TTS.06 - <http://sovnet14.narod.ru/TTS/TTS.06.mht>

10.3. Остальные «парадоксы»

01.476: «Закон спроса не действует в следующих случаях:

- (...) **Когда цена является показателем качества** (В этом случае потребитель может считать что высокая цена товара свидетельствует о его высоком качестве **и увеличении спроса.**) (Красным выделено мною. Скорее всего, здесь должно быть так: «, и увеличивает спрос». – А.С.)
- (...) **Эффект ожидаемой динамики цен** (Если цена товара снижается и потребители ожидают сохранения этой тенденции, то размер спроса в данный временной период может уменьшаться и наоборот)
- **Для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством вложения денег».**

Первый случай тоже подобен эффекту сноба: цена растет, но и КД не отстает. Отличие только в том, что количество денег на данный товар увеличивается за счет изменения мнения о качестве товара. В сторону увеличения этого мнения. Так как обычно на практике более дорогие товары и более высоким качеством обладают. Хотя и не всегда, надо уточнить. (Это случай **Б.2** по [TTS.06.](#))

Следует еще отметить, что этот случай подобен первой части «парадокса» Веблена: *«ситуация, когда потенциальные покупатели воспринимают снижение цены товара как информацию об ухудшении его качества, что приводит к спаду числа покупок».* Отличие лишь в том, что у Веблена цена падает, а здесь – растет. Обыкновенное рассмотрение противоположного движения цены...

Второй эффект подобен первой части парадокса Веблена. Разница в том, что покупатель выделяет денег меньше на товар не потому, что считает, будто его качество улучшилось, а лишь с целью экономии своих средств. В надежде потом купить этот товар дешевле. (Это случай **В.2**)

Такие маневры ведут к опережающему уменьшению цены уменьшению количества денег на товар. Поэтому и спрос на него падает. А не растет. Как бы хотелось сторонникам так называемого закона спроса.

Третий казус не выходит из ряда других. Рост цены на дорогостоящие товары (а надо понимать, что речь идет именно о росте, а не падении цены) не приводит к противоположному изменению спроса на них. Потому что количество денег на эти товары не управляется только знанием их цен. Есть и многие другие соображения. Которые заставляют потребителей покупать такие товары, даже если цена на них растет. Например, мысль о том, что покупательная способность денег упадет настолько, что за них вообще ничего купить будет нельзя. Так уж лучше, купить драгоценность по высокой цене, чем потом обклеивать туалет бумажными купюрами... (Это опять случай **Б.2**)

11. Количество неучтенных вариантов поведения спроса в его «законе» и «парадоксах»

Истины ради следует отметить, что «закон» спроса отражает только ситуации **Б.5** и **В.5** по перечню вариаций спроса: когда цена товара растет или падает; спрос изменяется в противоположном направлении. А КД, при этом, остается неизменным. Последнее потому, что «закон» этот формулируется при условии «прочих равных». Под которыми следует понимать неизменность именно КД, а не вообще всех факторов, от которых зависит спрос. Так как эти факторы могут изменяться. Главное – чтобы КД было постоянно.

В самой формулировке «закона» спроса ничего не говорится о случае, когда цена товара неизменна. Но можно предположить, по логике этого «закона», что в случае неизменности цены спрос тоже будет постоянен. То есть, можно отдать на откуп этому закону и случай **А.1**. Считать, что и он учтен в законе.

Но в действительности неизменность цены совсем не означает, что будет постоянен и спрос. Не учтены ни в самом «законе», ни в его исключениях случаи **Б.1** и **В.1**. В которых цена неизменна, но спрос, тем не менее, изменяется. Потому что изменяется КД.

Кроме того, нигде не учтены случаи **А.2** и **А.3**, когда ЦТ растет или падает, но спрос, тем не менее, остается постоянным. Потому что КД изменяется в тех же пропорциях и в том же направлении. Компенсируя изменения цены.

В «исключениях» из «закона» спроса учтены только случаи **Б.2** («парадокс» Веблена; «парадокс» Гиффена; остальные «парадоксы») и **В.2** («парадокс» Веблена).

Отсюда можно заключить, что не учтенными остались еще варианты **Б.3**, **Б.4**, **В.3** и **В.4**. И, сводя баланс, можно сделать такие выводы:

1. Учтено в «законе» спроса: 3 случая. (С натяжкой одного.)
2. Учтено в «исключениях»: 2.
3. Остались неучтенными: $13 - 5 = 8$.

Счет 8:5, в пользу новой теории спроса.

Подсказка для желающих проверить счет этого состязания:

- А. Сначала надо проверить полноту и избыточность самого перечня.
- В. Потом нужно посмотреть, не включают ли в себя «парадоксы» и «закон» спроса и другие случаи.
- С. Проверить полноту самого списка исключений. Может быть, не все учтено в нем.

12. Функция спроса и кривые Энгеля

02.798. Экономико-математический словарь:

«**ФУНКЦИЯ СПРОСА** [demand function] — *функция*, отражающая зависимость объема *спроса* на отдельные *товары* и *услуги* (потребительские *блага*) от комплекса *факторов*, влияющих на него. Более узкая трактовка: Ф. с. выражает взаимозависимость между спросом на товар и *ценой* этого товара при условии, что другие факторы, влияющие на величину спроса, признаются постоянными.

Такие зависимости применяются в *аналитических моделях спроса и потребления* и строятся с использованием методов *математической статистики* на основе *информации* о структуре *доходов* населения, цен на товары и других факторов. Напр., для *анализа и прогнозирования* спроса на предметы длительного пользования нужны данные о наличии и возрасте таких предметов, уже имеющихся у населения, о составе семей; спрос на мебель во многом определяется интенсивностью жилищного строительства и т. д.

Наибольшее распространение получили *однофакторные функции*, отражающие зависимость спроса от уровней семейных доходов. Соответствующие этим функциям кривые названы **кривыми Э. Энгеля** (по имени впервые изучившего их немецкого ученого). В обобщенной форме эти кривые можно выразить формулой: $x_i = f_i(S)$, где S — средний доход; x_i — объем потребления блага (либо объем спроса, если он удовлетворяется). Формы же кривых (т. е. характер функций f_i) могут быть различны».

Легко видеть, что «закон» спроса и функции Энгеля суть две половинки одного целого – правильной, истинной функции спроса: $ТС = КД/ЦТ$.

«Закон» спроса отражает зависимость спроса от цены, а функции Энгеля – от денег. Выражение «от денег» применено потому, что в трактовке Энгеля существует неточность. Спрос надо ставить в зависимость не от доходов, а от **количества денег**, выделяемых из дохода на данный товар. Потому что спрос непосредственно зависит именно от КД. А уже само КД зависит от доходов потребителей. По формуле, приведенной в [TTS.08.3](#):

« $КД = ДП - КДнаДТ - ЗД$, где: ДП – доходы покупателей; КДнаДТ – деньги на другие товары; ЗД – запас денег».

Доходы покупателей являются фактором спроса, но не аргументом его непосредственно. Поэтому ставить спрос в прямую зависимость от доходов есть ошибка, неточность. В выявлении математических закономерностей, существующих в человеческом обществе.

Кривые Энгеля, по сути своей, есть **отклонение** от прямо пропорциональной зависимости спроса от КД при постоянной цене в силу того, что **не весь** доход идет на покупку одного товара. Из него выделяются суммы на другие товары, делаются запасы. Поэтому прямые на графике зависимости ТС от КД превращаются в кривые, когда этот график трансформируется в зависимость ТС от ДП (доходов покупателей).

13. Спрос и величина спроса

Разделение в западной экономической науке изменений спроса на изменение его величины и изменение **самого** спроса, его характера, имеет под собой объективное основание. Но объясняется оно в экономиксе неверно. Вследствие неправильного понимания аргументов и сущности спроса. Под изменением величины спроса они понимают изменение спроса в зависимости от изменений цены, а под изменением самого спроса понимают изменение спроса по неценовым детерминантам. За которыми, на самом-то деле, скрываются изменения величины спроса под воздействием другого его аргумента – количества денег. Поэтому смещение «кривой спроса» является таким же изменением его величины, как и движение вверх-вниз по этой кривой.

Величина спроса изменяется и при изменении цены, и при изменении количества покупателей, их предпочтений и других факторов. От которых зависит изменение второго аргумента спроса – КД. Другое дело, что спрос может изменяться не только по величине. Он может изменяться и по своему характеру, по виду, качеству. Есть спрос на **данный** товар, и есть спрос на **другой** товары. Это **качественно** разные спросы. Хотя в общем виде они есть одно и то же – спрос вообще. Когда же речь идет об изменении спроса на один и тот же товар под воздействием изменений цены и количества денег, то разделение этих изменений на два вида бессмысленно, наивно и смешно.

И в подтверждение сказанного – цитата по теме из учебника Макконнелла и Брю:

«Понятие «изменение спроса» не следует смешивать с понятием «изменение величины спроса». Мы уже отмечали, изменение спроса выражается в смещении всей кривой спроса либо вправо (увеличение спроса), либо влево (сокращение спроса). Это происходит потому, что намерения потребителей относительно покупки продукта изменились. Причиной тому стало изменение одной или более детерминант спроса. Напомним, что понятие «спрос» можно выразить в виде шкалы или кривой, поэтому «изменение спроса» должно означать, что вся шкала изменилась или кривая целиком изменила свое положение.

В противоположность этому изменение величины спроса означает передвижение от одной точки к другой на неизменной кривой спроса, то есть переход от одной комбинации «цена - количество продукта» к другой их комбинации. Причиной изменения величины спроса служит изменение цены данного продукта»*.

Удивительные рассуждения!!! Как будто смещение линии графика есть не такое же изменение величины функции, как и движение по этой линии! Поражает еще и то, что наши многочисленные эпигоны мэйнстрима переносят их без всяких сомнений в свои учебники и статьи по экономической теории**!

* См. <http://yax.su/finlab/ir103/21/index.shtml> .

** Пример: [Экономическая теория](#). В.И. Видяпин. – 4-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2007, с. 132.

14. Заключение. Смысл, возможности и главные особенности ТТС

Первое, и самое главное, отличие ТТС от других концепций «платёжеспособного» спроса заключается во введении **второго** аргумента спроса – количества денег. Благодаря чему появилась возможность выстроить все другие величины, влияющие на спрос, в строгую логическую цепочку. Четко разделить эти факторы на те, что действуют на спрос через КД, и те, что влияют через цену. Показать порядок, последовательность, в которой детерминанты спроса воздействуют на него.

Второе. Все формы функциональных зависимостей, относящихся к спросу, объединены в одно целое, в единую формулу – функцию спроса: $ТС = КД/ЦТ$. Что позволило рассмотреть в единстве, в неразрывной целостности, все варианты сочетаний его аргументов и все возможные его изменения. Как в пространстве, так и во времени. А также привязать весь «букет» факторов спроса к двум величинам – КД и ЦТ.

Третье. Показано, что спрос на товар не является **самой** фундаментальной рыночной величиной. Как это постулируется в западной науке. По той простой причине, что он зависит и от цены товара; и от количества денег; и от самой потребности в товаре. Которая есть, вне всякого сомнения, поистине наиболее фундаментальной вещью не только по отношению к рыночным величинам, но и ко многим нерыночным. Существующим вне рыночного вида обмена, в других типах социального обмена. И, даже, вне обмена вообще.

Четвертое. Благодаря введению единой формулы спроса появилась возможность построить общий график спроса. И открылась перспектива все возможные и невозможные «спросные» зависимости, о которых говорится в современной экономической науке, представить как отдельные сечения этого графика. Простые проекции этих сечений на три координатные плоскости пространственного графика спроса.

Пятое. Новый взгляд на сущность спроса (как на деятельность субъектов) и на величину его (как на функцию двух переменных) открывает широкий простор для критики и нового освещения бытующих в современном обществе представлений о спросе. Для показа истинного значения и содержания этих взглядов. С тем, чтобы ошибочное в них, неверное, устранить из научного оборота, а правильное, точное включить в новую концепцию спроса. Для обеспечения преемственности в развитии экономических теорий.

Поле! Широкое, просторное поле для деятельности открывается! Свобода и даль, от которых захватывает дух, и сердце наполняется радостью! Так вперед же, братья мои!! :) И пусть нам сопутствует удача!!!

СОКРАЩЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ

АББРЕВИАТУРЫ

• ВП	– величина потребности	– TTS.04
• ДП	– доходы покупателей	– TTS.08.3
• ЗД	– запас денег	– TTS.08.3
• ИКД	– индивидуальное КД	– TTS.08.2
• КД	– количество денег	– TTS.02
• КДнаДТ	– количество денег на другие товары	– TTS.08.3
• КП	– количество покупателей	– TTS.08.2
• КТ	– количество товара	– TTS.08.4
• СД	– стоимость денег	– TTS.03
• СКД	– совокупное КД	– TTS.08.2
• ТС	– товарный спрос	– TTS.04
• ЦТ	– цена товара	– TTS.03

ЕДИНИЦЫ ИЗМЕРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЕЛИЧИН И ПОКАЗАТЕЛЕЙ

• Покупатели	– пк	– TTS.08.2
• Единицы денег: рубли	– рб	– TTS.04
• Единицы товара: штуки	– шт	– TTS.04

ЛАТИНСКИЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

• f	– функциональная зависимость	– TTS.08.6
• M	– число единиц денег	– TTS.05
• m	– число единиц денег на единицу товара	– TTS.05
• N	– число единиц товара	– TTS.05